

**COMPARECENCIA DE LA SECRETARIA DE ESTADO DE
COMERCIO EN EL SENADO**

24 de mayo de 2010

Muchas gracias, Sr. Presidente.

Buenas tardes, Señorías.

Comparezco hoy ante esta Comisión para informarles, a petición del Gobierno, sobre las líneas generales de la política de la Secretaría de Estado de Comercio durante el presente periodo de sesiones. Responderé también a las seis peticiones de comparecencia de los diferentes Grupos y a las nueve preguntas orales incluidas en el Orden del día de esta Comparecencia.

Antes de abordar estas cuestiones, permítanme comenzar mi exposición describiendo brevemente la evolución reciente de nuestro sector exterior. Todos sabemos que 2009 ha sido un año difícil, en el que las economías más avanzadas registraron una contracción de su crecimiento.

Los efectos de esta recesión se han dejado sentir de manera especial en el comercio mundial de bienes, que en 2009 registró un retroceso del 11% en términos reales, el descenso más pronunciado de los últimos setenta años.

La economía española no ha sido ajena a este entorno económico mundial desfavorable, y el comercio exterior español sufrió una importante caída en 2009: las exportaciones españolas de mercancías se redujeron un 16% en términos nominales, y las importaciones descendieron un 26%, para situarse en ambos casos en los menores niveles desde 2005.

Pese a lo negativo de estas cifras, existen una serie de factores en la evolución de nuestro sector en este último año que pueden calificarse de positivos.

En primer lugar, y gracias a una mayor caída de las importaciones que de las exportaciones, el desequilibrio exterior está registrando una notable corrección. Nuestro déficit comercial ha disminuido un 47 % el año pasado. Como resultado, el déficit comercial se ha situado en el 4,8 % del PIB en 2009, su valor más bajo de los últimos seis años.

En segundo lugar, es preciso destacar que el sector exterior ha pasado a ser un factor de crecimiento para la economía española a partir de 2008, año en que aportó 1,4 puntos al avance del PIB, la primera aportación positiva desde 1997. Esta tendencia se intensificó en 2009, con una aportación del sector exterior de 2,8 puntos al crecimiento de la economía, pudiendo compensar parcialmente el importante retroceso observado en la demanda nacional.

En tercer lugar quiero señalar también que si bien las exportaciones españolas de mercancías descendieron en 2009, han logrado

mantener sus posiciones en los mercados internacionales. Así, la cuota de España en el comercio mundial de mercancías fue del 1,75 % en 2009, el mismo porcentaje que el año anterior.

Que nuestras exportaciones hayan mantenido su cuota de mercado es un dato extraordinariamente importante, ya que la inmensa mayoría de las economías avanzadas han perdido cuota en el comercio mundial en estos años, debido a la irrupción de China. Una de las razones que explican este mantenimiento de nuestra cuota ha sido el positivo comportamiento que ha registrado la competitividad-precio de las exportaciones españolas, que ha mejorado frente a los países de la UE-27 así como frente a los de la OCDE.

Pasando ya a analizar la evolución de nuestro sector exterior en lo que llevamos de 2010, el primer hecho destacable es que las exportaciones españolas han comenzado ya la senda de la recuperación, en consonancia con lo que está ocurriendo con el comercio mundial. En el periodo enero-marzo de este año, las exportaciones españolas de mercancías han crecido un 15 % en tasa interanual, lo que supone su primer aumento desde el tercer trimestre de 2008. Es más, los datos mensuales nos indican que ya a partir de diciembre de 2009, las exportaciones han mostrado incrementos interanuales, encadenando de esta manera cuatro meses consecutivos con resultados positivos.

Las importaciones de mercancías también han aumentado en el primer trimestre de 2010, si bien en menor medida que las exportaciones. En concreto, su incremento ha sido del 8 %

interanual, rompiendo de esta manera con un periodo de cinco trimestres consecutivos de descensos interanuales. En todo caso, la recuperación de las importaciones está siendo más lenta y menos intensa que la de las exportaciones.

Por lo que respecta a las previsiones con las que trabajamos sobre el comportamiento del sector exterior español para el conjunto del año, esperamos que se asiente la recuperación de las exportaciones ya iniciada en el primer trimestre, y que 2010 se cierre con un incremento de nuestras exportaciones. Con respecto a las importaciones, esperamos que vuelvan a crecer este año, si bien con menor intensidad, por lo que se mantendrá la tendencia a la corrección del déficit comercial iniciada ya en el año 2008. . Nuestras estimaciones apuntan a una aportación del sector exterior al crecimiento de la economía de en torno al 1,1%.

Por lo que se refiere a los flujos de inversión directa mundial, han caído un 39 % en 2009, caída aún más acusada que la del comercio mundial. España no ha sido ajena a este importante retroceso de los flujos inversores, de manera que nuestra inversión directa en el exterior ha caído un 60 %, mientras que para la inversión del exterior en España el descenso ha sido del 62 %. Aún con este importante descenso de la IED en España, la inversión recibida en 2009 ha sido superior al promedio anual recibido en el periodo 2002-2006.

Existen indicios esperanzadores que podrían anticipar un mejor comportamiento de los flujos de IED para el presente año. Desde la segunda mitad de 2009 la IED recibida fue registrando un mejor

comportamiento, y esta tendencia se está viendo refrendada en lo que llevamos de 2010. Según datos del Banco de España, la IED recibida por nuestro país en enero y febrero de este año es un 20,5% superior a la recibida en el mismo periodo de 2009.

Así, a pesar de las dificultades que estamos atravesando, las empresas españolas han sabido aprovechar las oportunidades que se presentan en los mercados internacionales, y han conseguido mantener sus posiciones e incluso ganar cuota de mercado, consiguiendo con ello que el sector exterior esté siendo el motor del crecimiento económico y que juegue un papel relevante en la recuperación de nuestra economía.

A continuación expondré las **líneas generales de la política de esta Secretaría de Estado durante la presente legislatura.** Sus Señorías saben, porque sobre ello he ido informando en mis diferentes comparecencias ante esta Comisión, que nos hemos fijado cinco objetivos en materia de internacionalización: mejorar el acceso de nuestras empresas a los mercados exteriores de bienes y servicios, ampliar nuestra base exportadora, seguir diversificando geográficamente nuestras exportaciones, incrementar su valor añadido, y mejorar la imagen en el exterior de nuestras empresas y productos.

Paso entonces a exponer las acciones llevadas a cabo para alcanzar estos objetivos.

Comenzando por el primero de ellos, seguimos trabajando para conseguir una **mayor apertura de mercados** a los que las empresas

españolas puedan suministrar sus bienes, servicios o inversiones. Para facilitar ese impulso es decisivo que logremos reducir las barreras a las que nuestras empresas se enfrentan en el exterior. La información que sobre este punto voy a facilitarles me permite **responder a la pregunta de la Senadora Ceballos** sobre medidas en relación con la **eliminación de barreras**.

Para reducir estas barreras utilizamos distintos instrumentos, siempre en el marco de la política comercial común de la Unión Europea.

Por un lado, continuamos alimentando la base de datos de barreras el comercio y la inversión disponible en la página web del Ministerio, de la que ya les di cuenta en mi anterior comparecencia. Este ejercicio tiene por objetivo contribuir activamente a la Estrategia Reforzada de Acceso a los Mercados de la Unión Europea, mediante la identificación y priorización de actuaciones de cara al desmantelamiento de los obstáculos al comercio.

Ante el aumento de las medidas de defensa comercial que terceros países están imponiendo sobre las exportaciones europeas, hemos decidido también facilitar la defensa de los intereses de las empresas europeas afectadas, especialmente las PYMEs. La Presidencia española ha trabajado con la Comisión para elaborar un Manual de Actuación, que está siendo terminado, que sistematiza las acciones a llevar a cabo por todas las partes interesadas en cada fase, mejorando la coordinación y propiciando la obtención de mejores resultados. Esperamos la adopción final del

texto en junio para que pueda ser presentada y este disponible antes del final de la Presidencia.

En este mismo marco de Apertura de nuevos mercados, me gustaría resaltar la importancia económica de los Acuerdos comerciales alcanzados la semana pasada en la Cumbre UE-América Latina. Me refiero a los acuerdos con Perú, Colombia y Centroamérica, así como el relanzamiento de las negociaciones con MERCOSUR.

Sus Señorías conocen la especial trascendencia que la entrada en vigor de estos acuerdos tendrá para España, uno de los principales socios comerciales de la región y el principal inversor de la UE en estos países, para garantizar un marco mucho más estable, predecible y favorable para el desarrollo actual y futuro de los negocios de nuestras empresas.

Los Acuerdos con Centroamérica, Perú y Colombia supondrán nuevas oportunidades comerciales en muy diversos sectores industriales (incluidos los agrícolas transformados) así como en inversión y compras públicas. Con respecto a las negociaciones con MERCOSUR, que ahora se han relanzado de forma oficial, su dimensión amplia, pues incorporan capítulos más allá del comercio de mercancías, como servicios, inversiones, compras públicas o defensa de la propiedad intelectual, jugará un papel esencial como elemento aglutinador de intereses entre los distintos sectores de actividad que se verán favorecidos por el acuerdo.

Continúo con los objetivos de la Secretaría de Estado en materia de internacionalización. Me refiero ahora al segundo de ellos: aumentar

la base exportadora en 5.000 nuevas empresas al final de la legislatura. La atonía del mercado interno ha favorecido que nuestras empresas valoren más que nunca las oportunidades que ofrecen los mercados exteriores más dinámicos, y han participado muy activamente en los programas de iniciación a la exportación que llevamos a cabo a través del ICEX. Así, en 2009 se han incorporado 782 nuevas empresas al Plan de Iniciación a la Promoción Exterior (PIPE), cifra que supone un aumento del 8,5 % con respecto al año pasado. Son ahora 6.800 el número total de empresas adheridas al PIPE. Especial relevancia ha cobrado el programa Aprendiendo a Exportar (APEX), al que se han sumado 533 empresas el año pasado.

En 2009, el número de empresas que realizó operaciones de exportación aumentó un 6,8% respecto al año anterior para situarse en un total de 108.303 empresas. El aumento de la base exportadora está siendo por tanto una realidad, pues desde el comienzo de la presente legislatura ha habido 6.908 nuevas empresas que han realizado operaciones de exportación, de modo que podemos decir que nuestro objetivo en esta materia está ampliamente cumplido.

El tercero de los objetivos de la legislatura en materia de comercio exterior es conseguir una mayor diversificación geográfica de nuestras exportaciones. En concreto, el objetivo que nos hemos marcado es que uno de cada tres euros que exportemos se dirija a mercados de fuera de la Unión Europea. Para ello, hemos reforzado y potenciado los Planes Integrales de Desarrollo de Mercados

(PIDM), que como Sus Señorías saben han sido elaborados para once países y para el área geográfica de la región del Golfo¹.

En el año 2009, para el conjunto de los PIDM, se han realizado 3.745 acciones de las que se han beneficiado cerca de 7.000 empresas.

Las exportaciones a estos once países han crecido a un ritmo del 6,5 % anual en el quinquenio 2004-2009, muy por encima de la media de la exportación española (que ha sido del 2,8 %). Estamos cada vez más cerca de conseguir nuestro objetivo, pues si bien en 2004 el 26 % de nuestras exportaciones se dirigieron a países de fuera de la UE, en 2009 dicha cifra fue del 31,1 %.

Otro objetivo que nos hemos marcado es incrementar el valor añadido de nuestras exportaciones. Para ello, estamos dedicando mayores esfuerzos a la promoción de las exportaciones de aquellos sectores unidos a los denominados nuevos factores de competitividad empresarial (innovación, tecnología, marca, diseño, o imagen). Este año pasado, en el que como saben nuestras exportaciones de mercancías se redujeron un 15,9 %, las exportaciones de productos de tecnología alta se redujeron en una cifra mucho menor: un 3 %. Ya en 2010, con la recuperación de las exportaciones en todas las categorías, las exportaciones de tecnología media-alta han crecido un 18,3 %.

¹ Los once países PIDM son: EEUU, México, Brasil, Marruecos, Argelia, Turquía, Rusia, India, China, Japón y Corea. La región del Golfo comprende a Arabia Saudita, EAU, Bahrein, Qatar, Kuwait y Omán.

Me refiero ya al último de los objetivos: la mejora de la imagen de nuestras empresas y productos en el exterior. Hemos desarrollado una importante estrategia de promoción de la imagen de nuestros productos, servicios, sectores, empresas y marcas. Lanzamos el mes de marzo de 2009 en Nueva York, bajo la presidencia de SSAARR los Príncipes de Asturias, el Plan Made in Spain en EE.UU 2009-2010, que ha tenido en el sector industrial y tecnológico su base, sirviendo de principal referencia para dar a conocer la España empresarial actual. En su marco, se han realizado más de 200 acciones de promoción que han contado con la participación de en torno a 1.500 empresas. A la vez, el Plan ha desplegado una intensa actividad de acercamiento institucional llevada a cabo por el Ministro de Industria Turismo y Comercio, mediante una agenda de reuniones al máximo nivel con autoridades federales y de distintos estados de los Estados Unidos. Mañana precisamente viajo a EEUU para participar en diversos actos relacionados con el Sector editorial en ese país, entre ellos la inauguración del pabellón español en la Feria Book Expo de Nueva York, acompañando a la Ministra española de Cultura.

Por otra parte, desde el estallido de la crisis financiera, esta Secretaría de Estado ha venido reforzando los instrumentos de apoyo financiero a la internacionalización para responder eficientemente a las restricciones a las que se ha venido enfrentando el sector exportador en el acceso a la financiación.

A este respecto, podemos recordar medidas que Sus Señorías ya conocen, como la reforma del CARI, la flexibilización y ampliación de la política de seguro de crédito a la exportación desarrollada por

CESCE, así como el refuerzo de las líneas financieras específicamente dirigidas a PYMES (como la línea FAD-PYME, la línea ICO-ICEX o el FIEX gestionado por COFIDES).

Esta política se ha mantenido también a lo largo de este año. A este respecto, me gustaría mencionar la ampliación de los instrumentos de CESCE mediante la introducción de garantías; la flexibilización de las condiciones de la línea FAD-PYME además de la ampliación de su dotación a 95 M€, y la flexibilización en las condiciones de FONPYME, cuya tramitación esperamos completar en el corto plazo.

Debo referirme también a otra de las actuaciones más importantes que se han llevado a cabo en 2009: la reforma del Fondo de Ayuda al Desarrollo. El pasado mes de noviembre, el Consejo de Ministros aprobó la creación de dos fondos que sustituirán al FAD: el Fondo para la Internacionalización de la Empresa (FIEM), gestionado por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, y cuyo único objetivo será apoyar la internacionalización de la empresa española, y el Fondo para la Promoción del Desarrollo (FONPRODE), gestionado por el Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación, cuya finalidad única será responder a los fines de la política de cooperación al desarrollo.

Todos ustedes conocen muy bien esta reforma, pues el Proyecto de Ley ha sido debatido por esta Comisión la semana pasada, y mañana mismo el Pleno del Senado dictaminará sobre el mismo.

Por lo tanto no me detendré en los detalles del mismo. Basta decir que el FIEM se crea como un instrumento de apoyo financiero a la internacionalización más flexible y adaptado al entorno internacional actual, en el las formulas financieras incorporadas en los proyectos de internacionalización juegan un papel muy destacado en el diseño y el éxito de los mismos.

Dada la trascendencia y necesidad de la reforma planteada, esperamos que mañana el dictamen cuente con el mayor consenso político posible de esta Cámara, y que en un muy breve plazo de tiempo el FIEM pueda constituir una ayuda eficaz para el éxito de nuestras empresas en los mercados internacionales.

Antes de concluir esta referencia al FIEM, voy a aprovechar para responder a la **pregunta oral del Senador González García, del Grupo Popular**, sobre en qué medida afectará a los trabajadores autónomos el descenso en 30 millones del Fondo de Ayuda al Desarrollo para la Internacionalización del MITYC. Esta disminución de la dotación presupuestaria del FAD para la internacionalización en 2009 no tuvo incidencia alguna sobre los trabajadores autónomos, pues la citada disminución no afectó al límite de aprobación de nuevas operaciones de financiación con cargo al FAD para la internacionalización – que es el dato verdaderamente relevante- y que estaba fijado en 2009 en 500 millones de euros al igual que en 2010.

Ya para concluir la parte de mi comparecencia dedicada al comercio exterior, voy a referirme al programa de trabajo que en materia de política comercial estamos desarrollando durante el semestre de

Presidencia del Consejo de la Unión Europea, respondiendo así a la petición de **comparecencia del Grupo Parlamentario Popular**.

En primer lugar, permítanme resaltar el momento de profundos cambios institucionales en el que se encuentra la Unión Europea tras la entrada en vigor del Tratado de Lisboa el pasado 1 de diciembre. Ello está representando para nuestra presidencia un enorme desafío que hemos asumido con responsabilidad, convencidos de que las decisiones que se están tomando durante nuestro semestre sentarán las bases de la futura arquitectura institucional europea. Respondo así también a la **pregunta realizada por la senadora Ceballos** en relación con las repercusiones del **Tratado de Lisboa** en materia comercial.

El nuevo artículo 207 del Tratado incorpora expresamente una definición más amplia de la política comercial, de manera que los servicios, los aspectos comerciales de la propiedad intelectual e industrial, y las inversiones extranjeras directas pasan a ser competencia exclusiva de la Unión Europea.

La inclusión de las inversiones extranjeras directas en el ámbito de la política comercial común es, sin duda, uno de los cambios más relevantes introducidos. A partir de ahora la Comisión, no sólo negociará el acceso al mercado en materia de inversiones, sino asimismo la protección de las inversiones extranjeras directas, competencia antes en manos de los Estados miembros a través de los acuerdos de promoción y protección recíproca de inversiones con terceros países, los llamados APPRIs.

Por otra parte, en términos de procedimientos, el Tratado de Lisboa establece la mayoría cualificada como regla general para la adopción de decisiones por el Consejo en materia de política comercial, aplicándose la unanimidad de forma excepcional.

Además, el Parlamento Europeo amplía sus funciones y adquiere gran relevancia en los asuntos de política comercial. Por un lado, la normativa de política comercial deberá aprobarse a través del proceso legislativo ordinario, la codecisión. Por otro, la conclusión de los acuerdos internacionales requiere ahora el consentimiento o aprobación del Parlamento Europeo, que debe ser además puntual y debidamente informado del desarrollo de las negociaciones comerciales.

Centrándome ahora en el programa de trabajo en materia comercial durante nuestra Presidencia, permítanme recordarles que hemos tenido que trabajar de forma coordinada con Bélgica y Hungría, países con los que hemos conformado el primer Trío de presidencias formalizado tras el Tratado de Lisboa, a fin de desarrollar un programa de trabajo conjunto para los 18 meses en que ejerceremos la Presidencia de manera sucesiva.

Los objetivos del Trío han sido concretados por España de forma detallada en un programa específico para este primer semestre de 2010. *Más oportunidades comerciales con menos barreras* es el lema que engloba los objetivos principales de nuestra Presidencia, que son los siguientes:

- Primero, en el ámbito multilateral estamos apoyando a la Comisión Europea en sus esfuerzos por concluir las negociaciones de la Ronda Doha de la Organización Mundial de Comercio con un acuerdo global, ambicioso y equilibrado sobre la base de los textos actuales de negociación.

La **Senadora Ceballos ha preguntado** también por la situación de la **Ronda Doha**. En la Séptima Conferencia Ministerial de la OMC, celebrada en Ginebra a finales del año pasado, los países miembros acordamos la celebración de un ejercicio de balance en el primer trimestre del 2010 que permitiera impulsar las negociaciones.

Esta reunión se ha celebrado durante nuestra presidencia, a finales de marzo, y ha servido para identificar las principales brechas que existen en las negociaciones. A pesar de que el comunicado emitido por los líderes del G-20 en Pittsburgh en septiembre de 2009 instaba a concluir la Ronda Doha en 2010, el objetivo resulta cada vez más difícil. En el ejercicio de balance no ha sido posible acordar un plazo específico para la conclusión de las negociaciones, y es difícil esperar que pueda fijarse en la próxima Cumbre de junio del G-20 en Canadá.

A pesar de las dificultades, los trabajos continúan en Ginebra a nivel técnico, y se van a complementar con encuentros ministeriales con ocasión de algunos encuentros internacionales, como la reunión ministerial de la OCDE del próximo jueves y viernes en París.

- Segundo, en el ámbito regional, la Unión Europea tiene en marcha negociaciones con una serie de terceros países, cuyo impulso decidido o conclusión nos hemos marcado como objetivo.

En el área de América Latina, nos habíamos planteado tres ambiciosos objetivos que han sido finalmente alcanzados: la conclusión de las negociaciones de acuerdos de libre cambio con países de la Comunidad Andina, la conclusión del acuerdo de asociación UE-Centroamérica y el relanzamiento de las negociaciones del acuerdo de asociación UE-Mercosur. Ya me he referido a ellos anteriormente, por lo que no incidiré más en este punto.

- Tercero, en el ámbito bilateral forman asimismo parte de nuestra agenda las negociaciones con India; el estrechamiento de las relaciones con China en cuestiones relacionadas con el acceso al mercado, inversiones y propiedad intelectual; el impulso a una pronta adhesión de Rusia a la OMC; el avance en las negociaciones del Acuerdo con Canadá; y el estrechamiento de la relación económica con Estados Unidos, ajustando y reforzando el papel del actual *Consejo Económico Transatlántico* (TEC) como un útil y eficaz instrumento para la detección y eliminación de barreras no arancelarias que dificultan nuestro comercio e inversión bilateral, y definiendo una agenda de trabajo para el mismo.

- Cuarto, desde un punto de vista sectorial, estamos prestando especial atención a la apertura de los mercados de compras públicas, multilateral y bilateralmente, y a la defensa de los derechos de propiedad intelectual.

Enlazo en este punto con la **pregunta de la Senadora Ceballos** relacionada con las acciones promovidas para la **protección de los derechos de propiedad intelectual e industrial** en el mundo. Estamos trabajando en tres planos diferentes en este ámbito. Por un lado, promoviendo el refuerzo de las normas del Acuerdo de Protección de los Derechos de Propiedad Intelectual e Industrial ya vigente en la OMC en el ámbito de las indicaciones geográficas, con objeto de fortalecer el control del registro vigente para las de vinos y bebidas alcohólicas y de extenderlo a otros productos alimentarios. Por otra parte, estamos incorporando disposiciones reforzadas sobre propiedad intelectual e industrial en los distintos acuerdos comerciales regionales y bilaterales en negociación por la Unión Europea. Por último, trabajamos para llevar a buen término las negociaciones del Acuerdo Internacional contra la Piratería, una iniciativa plurilateral que permitirá reforzar la protección de estos derechos en el ámbito internacional y cuya negociación podría concluir este año.

- Quinto, deseamos mantener los objetivos cuantitativos en Ayuda para el Comercio y mejorar su impacto sobre el crecimiento económico y la reducción de la pobreza en los países en desarrollo. Hemos trabajado en los últimos años en

el seno de la Unión Europea para contribuir a la inserción de los países en desarrollo en el sistema comercial multilateral a través de un incremento de la ayuda para el comercio, y es necesario mantener los compromisos ya asumidos y mejorar la calidad de la ayuda.

Enlazo aquí con la respuesta a la **pregunta de la Senadora Ceballos** sobre las acciones previstas en cumplimiento de los **Objetivos de Desarrollo del Milenio**. La experiencia internacional demuestra que la apertura y la integración comercial de los países en desarrollo son premisas ineludibles para su crecimiento. Por ello, nuestros esfuerzos en los diferentes ámbitos de actuación van dirigidos al fortalecimiento de esta correlación entre integración comercial y desarrollo, a través de los instrumentos comerciales oportunos. Desde el año 2000, la Unión Europea está firmemente comprometida con la consecución de los Objetivos de Desarrollo del Milenio. El octavo, fomentar una asociación mundial para el desarrollo, subraya nuestra corresponsabilidad y la necesidad de rendir cuentas. En septiembre se celebrará la Cumbre sobre los Objetivos de Desarrollo del Milenio, que servirá de segunda revisión quinquenal de nuestra trayectoria hacia los compromisos adquiridos en 2000.

Me referiré ahora a la **pregunta de la Senadora Ceballos** sobre las iniciativas de **trato especial y diferenciado** a los países en desarrollo en el marco de la Organización Mundial de Comercio. España está plenamente comprometida con la dimensión de desarrollo de la Ronda Doha, de la que los países más pobres deberán ser los mayores beneficiados. Todos los capítulos en

negociación incorporan componentes de trato especial y diferenciado para que el esfuerzo que los países realicen sea proporcional a sus capacidades.

Más allá de la agenda multilateral, regional o bilateral, nuestra Presidencia coincide con una redefinición de la política comercial común a medio plazo, y estamos fomentando el debate y realizando aportaciones sobre las líneas estratégicas que deberán guiarla en los próximos cinco años. La Comisión Europea presentará una nueva estrategia de política comercial, a la que estamos contribuyendo, y que deberá integrarse como componente externo de la competitividad en el marco de la *Estrategia 2020 para el Crecimiento y el Empleo*.

Permítanme responder aquí a la **petición de comparecencia del Grupo Popular** para informar en relación con la **Estrategia europea de un mercado interior integrado**.

El mercado interior es un elemento clave de la competitividad de la UE, pues permite a las empresas aumentar su mercado obteniendo economías de escala, favorece la correcta asignación de los recursos e impulsa la innovación.

Sin embargo, el mercado interior es un proceso todavía no concluido, al existir deficiencias que le restan efectividad.

Por ello, la Comisión Europea ha creado un grupo de trabajo que está analizando cómo profundizar en el Mercado Único, y se espera que en el mes de julio pueda presentar una propuesta a los Estados Miembros.

Para ello tendrá en cuenta las recomendaciones contenidas en el Informe elaborado por el Profesor Monti sobre “Una nueva estrategia para el Mercado único”, informe que será debatido mañana martes por el Consejo de Competitividad de la Unión Europea.

Este Informe contiene un análisis detallado de los retos y dificultades a los que se enfrenta el proyecto de mercado único, e incorpora propuestas para intentar superar estas dificultades y dar un nuevo impulso a la creación de un espacio económico común como elemento fundamental para incrementar la competitividad, el crecimiento y el bienestar de los ciudadanos.

Estamos por tanto analizando el contenido de este informe, y esperamos que la puesta en práctica de las iniciativas que se están estudiando en este ámbito se materialicen en el deseable relanzamiento del mercado único.

COMERCIO INTERIOR

Paso a continuación a referirme al comercio interior. La actual coyuntura económica y el consiguiente retraimiento del consumo han afectado como cabía esperar al comercio interior, aunque las cifras no son tan negativas si se comparan con otros sectores económicos.

El sector de la distribución comercial sigue sosteniendo unas buenas posiciones en materia de empleo y afiliación al sistema de

Seguridad Social, frente a otras ramas de actividad. En el primer trimestre de 2010, los 2.903.700 ocupados en el comercio suponían el 15,8% del total de ocupados en España. Además, el sector comercio mantiene una tasa de paro más reducida, el 10,35%, frente al 20,05% para el conjunto de la economía nacional.

En cuanto al número de afiliados a la Seguridad Social, en abril de 2010 los afiliados medios mensuales en el sector comercio suponían el 18,4% del total de afiliados al Régimen General y al Régimen Especial de Trabajadores Autónomos en España. Si nos referimos, únicamente, a los afiliados autónomos, este porcentaje sube hasta el 24,9%.

Por lo que respecta a las ventas del sector minorista, a partir de febrero de 2009 se comenzó a ver cómo los ritmos de caída en tasa interanual se desaceleraban y observamos, en marzo de 2010, tasas de crecimiento positivas, del +3,5% respecto al mismo mes del año anterior, cifra que representa el primer aumento desde febrero de 2008.

Voy a responder a continuación a la **petición de Comparecencia del Grupo Popular para valorar la caída del consumo y la ayuda al sector comercial.**

La caída del PIB sufrida por nuestra economía en 2009 ha venido motivada por una importante reducción de la demanda interna, detrás de la cual se encuentra el descenso continuado del consumo de los hogares durante el pasado año. La Contabilidad Nacional

cifra en un 5,5% la caída del consumo de los hogares en el último año, frente al crecimiento del 3,1% en el año 2008.

El comportamiento del gasto en consumo de los hogares ha venido motivado, principalmente, por el fuerte aumento de la incertidumbre, lo que ha disparado la tasa de ahorro en la economía española. Según el INE, la tasa de ahorro durante 2008 tuvo un crecimiento exponencial, para finalmente estabilizarse durante el último trimestre de 2009 y situarse a finales de ese año en un 18,8%.

A su vez, el consumo privado se ha reducido como resultado de las restrictivas condiciones de los mercados de crédito. Debido al endurecimiento de las condiciones crediticias, los hogares se han tenido que enfrentar al mayor coste de los créditos al consumo.

Sin embargo, existen numerosos signos que hacen augurar una pronta recuperación del consumo de los hogares. Según las previsiones del Banco de España, en 2010 el consumo de los hogares crecerá un 0,2%, para aumentar en un 1% en 2011. Funcas, por su parte, prevé un aumento del consumo privado del 0,1% en 2010 y del 1,2% el año siguiente.

El primero de esos signos sería la estabilización de la tasa de ahorro, lo que refleja, entre otras cosas, la mejora en las expectativas de los agentes respecto al periodo precedente. De hecho, el Indicador de Confianza del Consumidor que publica mensualmente el Instituto de Crédito Oficial, muestra una clara tendencia positiva, que indica que ha ido mejorado continuamente la opinión de los consumidores acerca de la evolución de la

economía española, del empleo y de la economía familiar, así como de las expectativas futuras sobre estos tres aspectos.

La evolución reciente de los Indicadores de Comercio ha sido también muy positiva. En el último dato publicado, que hace referencia a las ventas del mes de marzo, la cifra de negocios del total del comercio experimenta un espectacular aumento del 8,9% en marzo.

En la misma línea se comporta el comercio minorista, cuya cifra de negocios creció un 0,2% en febrero y un 5,7% en marzo, los primeros aumentos desde julio de 2008.

En cuanto a la Ocupación, la tasa de variación anual del indicador de ocupación de la sección comercio ralentiza la caída hasta el -2,6%, desde -2,9% en febrero y -3,5% en enero; observándose una ralentización del ritmo de destrucción del empleo en las tres divisiones de comercio.

Todo ello parece apuntar a que, en los meses venideros, las ventas en el comercio minorista van a crecer, en vez de disminuir como lo habían venido haciendo hasta ahora, y esperamos por tanto que en los próximos meses se produzca una mejoría del consumo.

Por otra parte, el comercio minorista se enfrenta a una serie de importantes retos estructurales, entre los que hemos de destacar la todavía insuficiente implantación de las nuevas tecnologías en el pequeño comercio, que nos recuerda la urgente necesidad de incidir de forma más completa en la formación de su elemento

humano. Asimismo requieren un apoyo constante los mercados municipales y los centros comerciales abiertos, como elementos clave para la cohesión y habitabilidad de nuestras ciudades, de forma que se garantice su supervivencia en un entorno altamente competitivo.

En respuesta a estos retos, tres son los objetivos en torno a los cuales giran las actuaciones en materia de comercio interior: competitividad, competencia y transparencia.

Como saben, las actuaciones en materia de comercio interior son competencia de las Comunidades Autónomas, correspondiendo a la Administración Central impulsar y servir de catalizador para el desarrollo de iniciativas. Así, para hacer frente al reto de fomentar la competitividad, desde el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio fue elaborado el Plan de Mejora de la Productividad y Competitividad en el Comercio para el periodo 2009-2012.

Este Plan, con una dotación de 8 millones de euros en 2010, se desarrolla mediante convenios de colaboración con las Comunidades Autónomas y financia actuaciones para el fomento del comercio urbano; la mejora del comercio rural; el fomento de la cooperación empresarial; la calidad y seguridad en los establecimientos comerciales; el relevo generacional y, por último, el desarrollo de la información y formación en el sector.

No obstante, la adversa coyuntura económica actual ha hecho necesario movilizar recursos adicionales para el comercio minorista a través del Fondo de Ayuda al Comercio Interior, con una dotación

de 14,7 millones de euros, más el remanente de 15 millones del año 2009. Esta línea tiene por finalidad apoyar financieramente las actuaciones orientadas a la modernización y mejora de la productividad del comercio interior. Sus potenciales beneficiarios son las entidades locales, las asociaciones de pequeñas y medianas empresas comerciales, las Cámaras Oficiales de Comercio y las pequeñas y medianas empresas comerciales en general.

Me refiero brevemente a continuación al Observatorio de Precios del Comercio Minorista, que responde a un compromiso adquirido para aumentar la transparencia en el sector de la distribución comercial, y sobre el que ya hemos dado cuenta en anteriores comparecencias. La aceptación de este Observatorio entre los consumidores es evidente, como la prueba el hecho de que, desde la puesta en marcha de la página web específica, se hayan producido más de 460.000 visitas.

Permítanme a continuación responder a las **peticiones de comparecencia** del Grupo **Convergencia i Unió** y del **Grupo Popular** para explicar la transposición de la **Directiva relativa a los servicios** en el mercado interior y para informar del desarrollo actual de la aplicación de la misma.

Para llevar a cabo la transposición de esta Directiva en las materias que nos competen, las líneas seguidas por la Secretaría de Estado de Comercio han sido la que relaciono a continuación.

Como saben, en noviembre de 2009 se aprobó la Ley 17/2009 sobre el Libre Acceso a las actividades de servicios y su ejercicio (conocida coloquialmente como “Ley Paraguas”), que aborda la transposición de la Directiva al ordenamiento jurídico español, y que fue completada con la Ley 25/2009, de modificación de diversas leyes para su adaptación a la Ley sobre el libre acceso a las actividades de servicios.

Sin embargo, las peculiaridades del sector de la distribución comercial aconsejaron la tramitación separada de la modificación de la Ley de Ordenación del Comercio Minorista. Dicha modificación fue aprobada el pasado 2 de marzo, a través de la Ley 1/2010, de reforma de la Ley 7/1996, de Ordenación del Comercio Minorista.

En cuanto al desarrollo reglamentario de la Ley de Ordenación del Comercio Minorista, han sido aprobados tres reales decretos:

- El Real Decreto por el se que regula el ejercicio de la venta ambulante o no sedentaria, que establece las líneas del procedimiento de autorización por los ayuntamientos y, entre otros extremos, establece la interoperabilidad de los registros de comerciantes ambulantes.
- El Real Decreto por el que se modifican tanto un Real de Decreto de 1978 sobre canales de comercialización de productos agropecuarios y pesqueros para la alimentación, como un Real Decreto de 2006 por el que se regulan determinados aspectos de las ventas a distancia y la inscripción en el Registro de empresas de ventas a distancia. Supone, entre otras cuestiones, la

eliminación del Registro Especial de Entidades y Centrales de Distribución de Productos Alimenticios Perecederos.

- El Real Decreto por el que se regula el ejercicio de la actividad comercial en régimen de franquicia y la comunicación de datos al Registro de Franquiciadores.

Una vez prácticamente concluida la fase de adaptación normativa, ha comenzado un proceso de evaluación mutua entre los Estados miembros de esta adaptación. De este modo, se podrá verificar si los Estados miembros han llevado a cabo una transposición adecuada de la Directiva y la han aprovechado para, efectivamente, simplificar trámites y procedimientos y eliminar barreras al mercado interior de servicios.

Respondo a continuación a la **pregunta oral de la Senadora Ceballos** sobre la opinión que le merece al Ministro de Industria, Turismo y Comercio la previsión de aumentar el **Impuesto sobre el Valor Añadido**, así como la opinión de la Secretaría de Estado de Comercio en relación con la posibilidad de plantear una **ley de márgenes comerciales**.

En relación con el aumento del IVA, se trata de una cuestión que no forma parte de las competencias de la Secretaría de Estado de Comercio. Las estimaciones de impacto sobre el consumo de que dispongo, en este caso las de Funcas, apuntan a que este impacto será reducido, situándolo en 6 décimas de punto en el IPC. Pero insisto, no me corresponde a mí valorar esta medida.

En cuanto a la posibilidad de plantear una ley de márgenes comerciales, una economía donde es básica la libertad de mercado y en la que aparece como de difícil consideración el establecimiento de sistemas de fijación de precios y márgenes, únicamente la información veraz y en tiempo real, y la libre competencia, cumpliendo la normativa existente, constituye la garantía de un correcto funcionamiento del mercado.

En consecuencia, como les consta de anteriores intervenciones, se está promoviendo que exista más y mejor competencia, que deberá contribuir a que existan unas mayores posibilidades de comercialización para los productores y de compra para los consumidores.

En este contexto, es obvio que todos los componentes de la cadena de valor deben recibir una contraprestación suficiente y, en consecuencia, obtener un beneficio adecuado a su actividad.

Como consecuencia de lo señalado, una actuación para mejorar la transparencia de la cadena alimentaria en la que participa el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio es el estudio de la cadena de valor y el proceso de formación de precios de 38 productos básicos y 3 específicos (aceite, pan y leche).

El origen de esta actuación es la Proposición no de Ley aprobada en diciembre de 2008, relativa a medidas a adoptar para conocer la formación de precios de productos alimenticios no elaborados, desde el productor al consumidor final. Dicha norma instaba al

Gobierno a configurar un Grupo de Trabajo compuesto por el Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino, el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio y Mercasa. Este Grupo de trabajo está impulsando esta actividad, y en los estudios se identifican y analizan los principales canales comerciales de esos productos, las figuras que intervienen en ellos, las actividades básicas que realizan y los costes y valor añadido que generan, al objeto de determinar si las diferencias de precios entre el productor y el consumidor están o no justificadas, dándose entrada en el análisis e interpretación de los resultados obtenidos a todos los agentes implicados en el proceso. Hasta el momento no se han detectado posiciones de dominio a lo largo de la cadena.

Del debate establecido en otros foros se concluye que en el ámbito de la producción, la concentración de la oferta es la vía de solución en la línea de crear estructuras comerciales potentes. En este sentido, desde la Secretaría de Estado de Comercio se impulsó la entrada de nuevos operadores en los Mercas, el seguimiento de canales de venta alternativa al nivel minorista o el fomento de servicios conjuntos, junto con el impulso de las modificaciones legislativas necesarias a tal fin.

En este conjunto de actuaciones ya se está trabajando, a través de un grupo interministerial que tiene por objetivo elaborar el Código de Buenas Prácticas Comerciales a lo largo de la Cadena alimentaria. El Código sería un documento de adscripción voluntaria, con acuerdos de buenas prácticas que autorregulen las relaciones entre los distintos eslabones de la cadena, desde la producción al consumo.

En conclusión, consideramos que los mecanismos sobre los que actuar, además de los específicos de Defensa de la Competencia, son los relativos a la transparencia de los mercados e información al conjunto de los componentes de la cadena de valor, en tiempo lo más próximo posible al real, sin que esto quiera decir que se abandone la valoración y estudio de las otras posibles actuaciones que se han mencionado.

Hasta aquí mi intervención para responder a las peticiones de comparecencia y preguntas orales incluidos en el Orden del día de esta sesión. Quedo a la disposición de Sus Señorías para responder a cualquier cuestión adicional o aclaración que necesiten.

Muchas gracias.